

最新超市抽奖活动的方案报告(优质8篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。方案能够帮助到我们很多，所以方案到底该怎么写才好呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，仅供参考，欢迎大家阅读。

超市抽奖活动的方案报告篇一

二、活动时间：新产品导入期

三、活动目的：

- 1、零距离与目标顾客群接触，快速传播产品概念、产品利益点。（两个月不变）
- 2、让目标消费群认识、了解、试用、体验新产品。
- 3、让目标消费群认知到他需要什么，引导、教育消费者。
- 4、制造商场热点、社区热点、城市热点。
- 5、吸引大量目标消费群。

四、活动内容

一)商场内安排：

- 1、配备两名优秀的促销人员，向顾客介绍产品、公司、代理商及消费监控概念，强化公司产品给顾客的利益点。
- 2、播放公司消费监控的专题片，用大电视播放。
- 3、有条件商场可以搞一个小型的知识问答“抽奖大奉送，关

爱家庭你我他”活动。

活动步骤：

- 1) 销售人员向顾客发放专柜产品资料，并主动告知我们这段时间在进行有奖知识问答抽奖活动，看完资料后回答正确一个问题即可抽奖，中奖率百分百，还有大奖——专柜产品（待定）。
- 2) 礼品：分一般礼品和一个大奖（专柜产品），一般礼品为公司制作的小礼品（待定）；大奖为专柜产品的其中一款，天天有大奖，哪天抽出及时补充另一款。
- 3) 在专柜旁设立一个抽奖箱，里面装有两种颜色的乒乓球，其中黄色球只有1个，其它则是白色球49个；一个问题卡片集，里面有40张问题卡片（准备工作100张）。
- 4) 规则：答对问题即可抽奖；抽奖机会仅有一次；抽白色球为纪念奖，抽黄色球为大奖；100%中奖，天天有大奖。

4、消费监控产品进入商场dm□

5、现场pop广告。

原则：简洁体现消费监控产品信息、抽奖大奉送活动信息。

二) 商场外sp□

- 1、在商场的主门侧设一个宣传点，促销人员（小姐）向来商场的每一个顾客宣传消费监控产品并指出专柜的位置和抽奖活动事宜。
- 2、在商场主门挂一条横幅：祝消费监控专柜隆重开业。或挂两条竖幅，由头：“祝公司7月出口行业第一”；“消费监控

专柜隆重开业”

3、在商场空地悬挂两个飘空气球，并挂两条幅。

三)城市社区促销：

本社区促销方案应视当地情况来进行操作。

1、社区选择：

1)在专柜附近范围，这样一来可以在区域内形成立体拉动，相互彰显。

2)必须是专柜附近的中、高档社区，那里是目标消费群聚集地，在那里促销宣传，可以说是起到了“事半功倍”效果。

1)在社区促销，必须体现公司、当地中间商的整体实力，品牌形象；体现制造商、中间商为目标消费群服务的长期性、安全性、专业性；体现促销的人性化、家庭化、亲情化；体现促销的整体性、统一性、协调性。

2)当前社区的促销要自然引导目标消费群，以教育为重点，以调查为基础，进行信息互动，进行灵活调整。

3)让目标消费群全身心的体验、试用。

3、社区促销内容

1)社区活动：

a.主题：新时尚的关爱就在您的身边

b地点：各大中、高档社区内

c时间：在专柜开业一周后，一般安排在周六、周日休息日。

超市抽奖活动的方案报告篇二

情人节主题：简单爱

h)

长假消耗补给，联华为您考虑——民生用品大集合

此活动主要希望推动节后的民生用品销售，刺激人们长假后的新一轮购买需要，可以通过将可推荐商品进行简单的文字组合的方式，提醒购买，以温馨提示的方法推动需求和购买，同时也加强卖场为你所想的亲民形象。

2、一元风暴 快速抢购

事实证明，价格竞争尽管是最低层次的竞争，确实打击和弱化其他超市最行之有效的手段，也是提高市场份额最直接，最有力的竞争手段，在春节这个特殊的节日，人们对各方面商品的需求都达到了一个鼎盛的时期，因此设计活动以买大赠小(买礼品类商品送调味品)为主要手段，刺激消费。

时间上的考虑主要是由于，在年夜前后是卖场相对非常繁忙的时间，也是希望通过此活动能在时间上分流客源，达到销售平衡，并有效避免销售的流失。

此活动需商管部支持20万元左右的供应商扣点，作为活动费用。

a)

时间：1.28-2.2

b)

凭当日满足参与条件的单张购物小票到门店特卖场以一元价格自由选购以下任意一种商品：

1瓶酱油、1袋味精、2瓶香醋、4袋盐、2听可口可乐；

c)

操作细则：

i.

ii.

赠品事先要货，并打包，以免活动开始造成混乱；

iii.

请顾客依次排队购买特卖场商品，每张购物小票限购其中任意3种商品；

iv.

所有参与活动的购物小票应为当日单张购物小票，隔日无效，小票不可累加；

v.

vi.

所有赠送要求剪小票操作，并做好每日台帐；

vii.

本活动解释权归本超市所有。

d)

宣传文案：一元钱能买什么？一瓶酱油？一袋味精或是四袋盐？能！只要您来联华超市购物，这样的梦想也能变成现实！

2月1日起，如果您在联华超市购买保健品、酒品礼盒类商品达一定数额，您就可以花一元钱，捧回一瓶酱油或一袋味精或其它指定的商品，这样的优惠看得见，这样的真情感受到。

一元风暴快速抢购，心动吗？那就快快行动！

3、 装饰

a)

卖场入口处采用大如意结装饰，部分旗舰店利用氦气球加大气氛渲染效果；

b)

收银台采用大红绸和福字装饰；

c)

卖场入口主通道的采用大型梅花盆景+对联的组合装饰形式；

d)

货架笑脸设计；

e)

井道特殊装饰：春满联华——广告公司出方案

f)

常规装饰：横幅、吊旗、竖幅、活动海报□dm喷汇等

共2页，当前第2页12

超市抽奖活动的方案报告篇三

“马到成功”

(1) 天“马”行空

在商场大门口挂出一幅大型的“马”画像，悬挂在商场正门口上方，除了“马”画像外，可以写上“马到成功”四个大字，同时还可以在画布上标出商场促销的主题内容，如满多少送多少等。

操作说明：

画布底色可以是蓝色或红色，蓝色意味着“天马行空”；红色象征过春节红红火火。

画布大小为10x8米，可根据商场门面大小做调整。

“马”画像除了传神外，整体上应能体现奔腾壮观的气势，给人以美的感觉。

(2) 一“马”当先

抢先推出各种商品最新流行款式，包括服装、家电、珠宝首饰类等商品，并采取优惠打折、现场实物展示、模特秀等方式促销。

操作说明：

春节是一年当中除旧迎新的最佳季节，也是商品推陈出新的良好时机。

“一马当先”的内涵除了指抢先推出商品外，也可指呼吁顾客抢先一步购买商品，引导时代潮流。在宣传上两者可以并重。

(3) “本命年” 的幸运与祝福

凡生肖属马的顾客凭身份证可去商场免费领取小礼品一份，共xxxx份，赠完为止。小礼品为刻有马的玉佩、金属章、幸运结等护身符，价值10元左右。

注：礼品赠送也可以采取购物满多少才赠送的方式：凡生肖属马的顾客购物满50元，即可赠送小礼品，数量不限。

(4) 与“马”共舞

在商场门口摆放一匹骏马，顾客购物满200元，即可与“马”合影。合影方式：站在马旁边或骑在马背上。

操作说明：

生活在都市里的人对马接触不多，商场借此可以让更多的人一睹“马”的风采，从而汇聚人气。

注意现场清洁卫生，注意给马喂食。

挑选一骏马，并给马进行一定的装扮，使其能更加吸引顾客的目光，同时注意现场清洁卫生。

为维持现场秩序，可用栅栏围成一区域，让马停留在其中，以避免顾客过近接触马，令马产生骚动。顾客与“马”合影，必须听从现场工作人员的指导安排。

此项活动时间不宜太长，以致马过度疲劳，甚至令顾客对马产生同情心理，进而导致对商场这种做法的反感。可以采取两三匹马轮换的'方法。同时记得在现场放置一定的食料，给马喂食。

马也可以是跟马车连在一起，顾客可以坐在马车上合影。

(5) 万“马”奔腾

开辟专柜，展出各种有关马的礼品，包括马画像、陶瓷马、木雕马、青铜马、剪纸马等等。

(6) “马”一般的腾跃——立定跳远

在商场门前广场圈定一活动区域，划定一长度为2、5米的距离，站在起跳点上，双脚并跳，凡能跳越这个长度的顾客，即可领取价值30元消费券。

操作说明：

凡是到现场的顾客均可参加，在现场设置一工作台，欲参加的顾客可在现场排队报名参加。

在跳远区域，铺上沙子，以避免受伤，同时用白线画出起跳点和跨越点，。

活动分男女组进行，男的距离设置为2、5米，女的为2米。比赛按标准规则举行，不可犯规。

(7) “马”年星座星运

邀请专家在现场讲解“马”年星座与星运，顾客也可现场提问。

活动地点：商场门前广场或中央大厅

操作说明：

随着越来越多人对星座星运的感兴趣，相信此举必定会吸引众多年轻人的参加。

专家邀请对象：对星座和星运有研究的专家或心理学家。

在活动现场，同时可以进行一些星座小测试。在现场放置一些测试资料，顾客可自行测试。

（8）画“马”比赛

开展现场画“马”比赛，邀请小朋友参加，或开展有关马的对联、马的故事等征集活动。

奖品是商场消费券。

超市抽奖活动的方案报告篇四

缤纷时代、冬日情怀

活动1

注：

- 1、活动期间商品折扣部分全部由厂家或供应商自行承担；
- 2、厂家或供应商要根据实际情况自行确定，但严禁调高售价后再打折；
- 5、活动期间，财务将对限量销售商品进行单独结算；
- 6、足金、铂金、名表、部分化妆品不参加本活动；

超市抽奖活动的方案报告篇五

欢喜购物贺新春，齐家同贺旺财年

稳定老顾客，发展新顾客，引导消费者，在节日期间提高销售

1月27日—1月31日

迎新春，贺新年，送春联

活动时间：1月27日

活动内容：凡在本超市购物的顾客，可在卖场指定地点领取20xx年xx台历一本。限50名，送完为止。

操作方法：

- 1、分场在收银处指定领取区域，由专人负责春联的发放；
- 2、活动结束后分场将春联的发放明细统一整理后，注明分场号交回营销部。

年到福到礼送到

活动时间：1月27日—1月31日

活动内容：

凡在本超市一次性购物满88元，凭单张收银条均可在分场指定地点领取新年红包一个，购物金额不得累计。顾客凭红包里相应的优惠条款，在本超市获得相应的新年实惠。

操作方法：

- 1、卡片需加盖分场专用章；
- 2、卡片在兑换商品后需注明已换并回收；
- 2、新年卡片设计制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；
- 3、红章制作（营销部）活动店12月24日至营销部领取；
- 4、活动兑换时间截止后1月12日将兑换商品明细及卡片交营销部；
- 5、分场每天统计出红章各个级别的总数。

庆元旦贺新春送大礼

活动时间：12月31—1月18日

操作方法：

- 1、活动结束，分场将收银小票统计整理于1月20日返回营销部，附换赠明细表；
- 3、已换部分商品由营销部提供的. 收银小票报商家处进行冲兑；

影楼喜结缘，百家欢喜贺新春

活动时间：1月1日

活动内容：在活动时间内，凡在本超市一次性购买金额达到一定标准，凭单张收银条均享受

一次性购物满58元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送一张艺术照

一次性购物满88元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送两张艺术照

一次性购物满128元免费提供化妆、造型、服装一次，照艺术照。送四张艺术照

一次性购物满218元免

费照全家福一次，限3人，送两张

操作方法：

1□xx超市在专版海报上宣传活动内容，并宣传xx影楼的特色服务。

2□xx影楼提供折扣支持和照片支持。

3、双方本着互惠互利的原则，如果任何一方未能满足方案中提出的要求，均承担另一方的所有损失。

4、满足金额的顾客的收银条均加盖分场章和附上xx影楼宣传册，顾客凭此据均可在xx影楼享受优惠。

5、顾客享受优惠时间截止到1月20日

7、收银员在收款时，查看顾客是否满足其条件，然后将收银条加盖章与送出宣传册

超市抽奖活动的方案报告篇六

x月x日—x月x日共七天

辞旧迎新，半价返还

(一) 主要活动：辞旧迎新半价返还

- 2、单张购物小票返还金额不超过5000元；
- 3、正月初一当场公证随机抽取7天中一天，或由商场内定(可选择营业额最低的一天)；
- 4、年初一开始，至2月15日之间可以凭抽中日购物小票当场领取50%的购物券；
- 5、购物券必须在2月15日之前消费，逾期无效；
- 6、家电、电讯等商品除外(商场海报明示)；

(二) 可行性：七天中抽取一天50%返还，相当于全场折。加上使用消费兑换券用于再消费，因此事实上实际的成本很低。

(三) 辅助活动

- 1、男女装特卖场；
- 2、儿童商场购物送图书；
- 3、厂方促销活动。

- 1、报纸广告
- 2、电台广告
- 3、现场横幅
- 4、现场彩灯

超市抽奖活动的方案报告篇七

活动目的：

- 1、扩大和提高某某超市的品牌形象和美誉度。
- 2、加深与消费者的沟通联系，使其成为我们的长期客户。
- 3、增强与供应商的联系，争取更大的供货支持。

市场分析：

春节是众多商家角逐的节日，它所带来的巨大消费空间也使得商家们费尽了心思去争夺。面对春节时各大超市应接不暇的促销活动，消费者又是如何选择呢？随着生活水平的不断提高，消费者的消费观念也在逐渐改变。消费者不仅关注价格，也关注全家一起置办年货这种快乐的消费体验。因此，若想成为消费者置办年货的首选超市，首先考虑的问题是如何使促销活动同时满足消费者的前述两大需求。

如何占领市场，把握客源，有效诱导消费，一直以来都是超市密切关注的问题。超市通常使用的促销手段之一：将若干件利润较低而消费群面较广的商品（比如大米、鸡蛋等）以超低价出售，从而使消费者认为该超市商品的价格比其他超市低的假象，让消费者购买这些便宜的商品的时候，顺带把其他商品也买好了。

从而刺激消费者的消费欲，根据超市一站式购物的消费特点，并以此带动销售额的整体增长。通过小部分廉价商品来吸引客流，从而带动其他商品的销售，这是超市惯用的促销方法。可是现在这种固定商品的打折对消费者的吸引力逐渐减弱，消费者往往更关注其需要的商品促销信息上。

每年春节，消费者都有其固定购买的商品比如糖果，酒水之

类的，超市也利用这部分商品的低价促销来吸引消费者。倘若商家选择另外一种折扣方式来促销，就象广大歌迷自己投票决定超级女生归属一样，由消费者投票来决定他们想要享受折扣的商品。超女的火爆就是充分利用了广大群众不甘为人所驱使，渴望自己创造偶像的心理，才使得湖南卫视登上了娱乐类节目第一的宝座。给消费者一次自主定价的全新消费体验，创造一场别开生面的促销活动——海选超级商品。

活动安排：

1、选票的设计：

我们的选票分为两部份。

a□消费者自己填写3个自己心目中的商品参加超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。

b□消费者勾选部分固定商品参与超级商品评选。根据选票数量，前3名的商品隔天可以享受不同的优惠。这需事先与供货商协商，争取供货商的支持和营销费用，这不仅可以有效提高其商品销量及品牌知名度，又可以分担一部分超市的营销开支。

2、节前的宣传

提前一个星期，通过各种渠道(如报纸杂志可裁剪传单广告等)向消费者发放宣传单(介绍活动的参与规则和具体的商品折扣等信息)。选票和宣传单印上广告词：这个春节，您当家。

效果目的：为了让消费者知道，今年春节，某某超市有很特别的活动——海选超级商品，让其明白，这个春节，年货的价格是他们定的。

3、活动现场

利用大幅的宣传横条吸引消费者的注意力，我们利用购物到一定金额来控制每个超市选票的量，为了增加可信度和聚集人气在超市门口一个小时公示一下投票结果，当日消费满20元可获会员，可以参与投票选择隔天超级商品的活动。7天内消费累计满999元可以获永久会员，可以在_年的每个月中的某个时段享受这7天海选出来超级商品的折扣优惠，这样用消费者最需要的商品的特价锁定消费者来我们超市消费，从而带动其他商品的销售，也可以帮助参加这次活动的某个品牌建立一个排他性的壁垒，从而得到供货商更多的支持。

超市抽奖活动的方案报告篇八

迎新春，送好礼！

xx年x月x日——x月x日

美发店新老顾客(10岁——60岁消费群体)

- 1、通过春节促销活动，来刺激顾客的消费欲望；
- 2、拓展新顾客，维护老顾客的'忠诚度；
- 3、为提升年终业绩做最后冲刺。

一、感恩金礼卡

老顾客在活动期间进店消费满80元，也可以获得“感恩金礼卡”一张，或者选择一份价值100元的精美礼品。

二、幸运大抽奖

春节活动期间，凡进美发店消费金额满66元以上(包含66元)的顾客，均可参加“幸运大抽奖”的一次转盘机会，即转盘里划分10元至100元不等，由顾客转动转盘，指针指向哪个区

域，就可以现场获得指定现金。

三、将“优惠”进行到底

新年新气象，相信很多人都会在年前换个一个新造型，来迎接虎年。为了更加带动顾客的消费欲望，美发店从基本的洗发产品，到发型护理、设计均可获得优惠的价格，新老顾客可根据自己消费金额来享受不同程度的打折优惠，美发店通过将“优惠”进行到底的促销活动，希望更大程度带动年底的营业额。

美发店春节促销活动除了内容要有亮点外，宣传方式也要讲究创新，提醒美发店经营者不要一直借用“老掉牙”的发宣传单方式，因为这种方式已经对消费者不敢兴趣了，所以各位美发店经营者要多花点心思来做好宣传工作，比如微博、微信等模式的宣传，正所谓对症下药，美发店经营者一定得结合自身优势来选择宣传攻略，这样才能水到渠成！